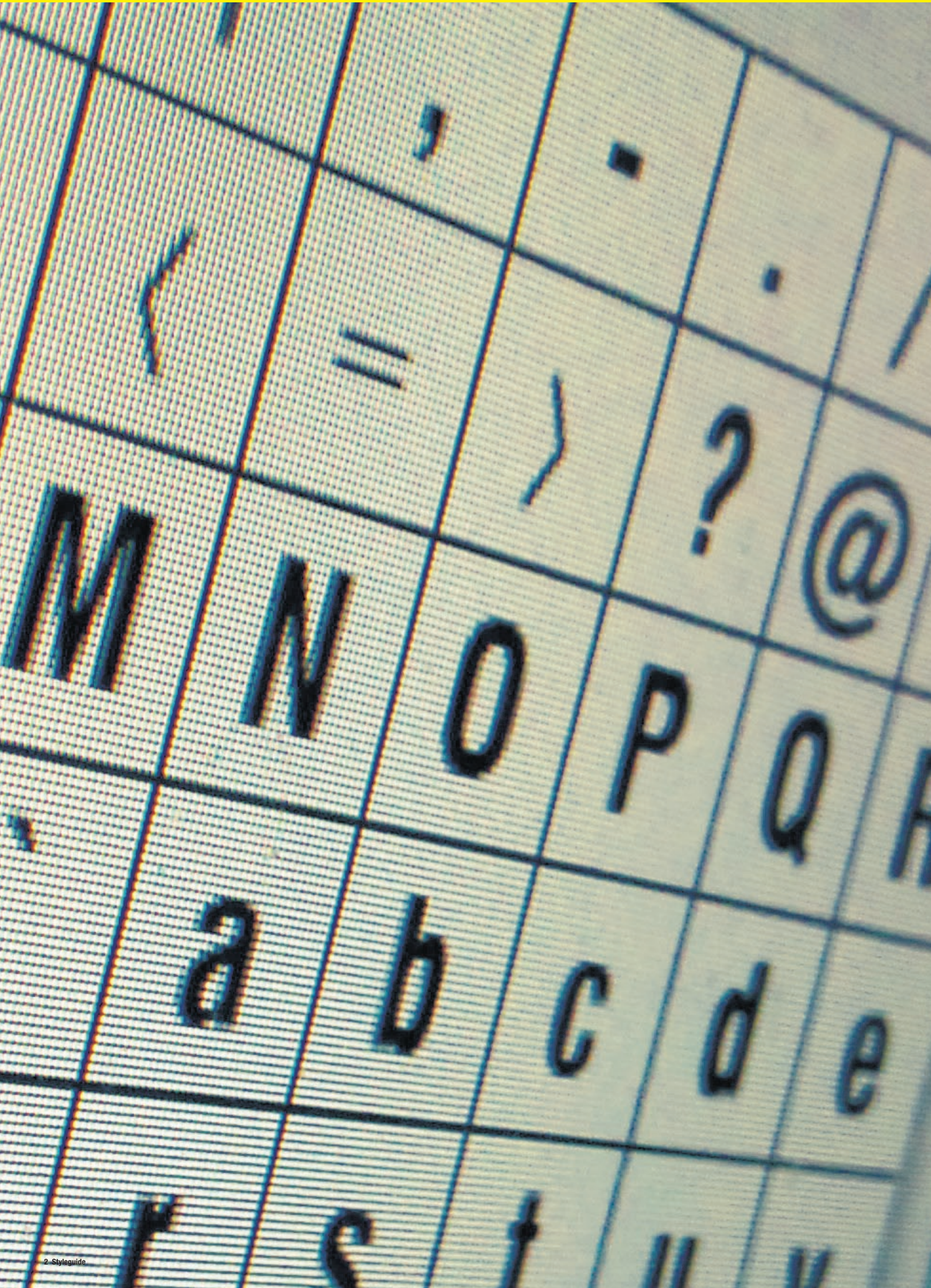
REGIONAh

Styleguide
Corporate Design User Manual



Gute Gestaltung ist gutem Benehmen verwandt.

Jan Tschibold, Kalligraf & Typograf (1902–1972)

Obwohl es sich bei dem Corporate Design um eine Sache im weitesten Sinne handelt, wird der Auftritt einer Marke beeinflusst von den Menschen, die täglich mit ihm arbeiten und in seinem Sinne gestalten. Dadurch „verhält“ sich Corporate Design letzten Endes selbst wie ein Individuum: Es lebt und entwickelt durch die Anwendung eine eigene Persönlichkeit. Indem sich ein visueller Auftritt gezielt von anderen Auftritten in seinem Umfeld abgrenzt, wird er eindeutig wiedererkennbar und leistet damit einen wichtigen Beitrag zur gesamten Markenbildung.

Ein durchgängiges Corporate Design besteht dazu in erster Linie aus einer grundlegenden Gestaltungsidee und einem daraus resultierenden Raster – dem Layout mit allen seinen Facetten. Hinzu kommen die passende Typografie und individuelle Farb- und Bildwelten. Dies alles komponiert die individuelle und unverwechselbare Designsprache.

Das gemeinsame Verständnis hinsichtlich dieser Designsprache und der konsequente Umgang aller Beteiligten mit ihren grundlegenden Elementen schafft Identifikation, Glaubwürdigkeit und Kontinuität. Damit die Zusammenhänge, die hinter dem Corporate Design für das REGIONah-Magazin der schlüterschen stehen, transparent und nachvollziehbar werden, beschreiben die folgenden Ausführungen alle notwendigen Informationen und Basiselemente, um ein designkonformes Arbeiten sicher zu stellen.

Farbdefinitionen

Farben zwischen Illustration und Information

Das REGIONah-Magazin besteht aus vielen unterschiedlichen Themen, die zur eindeutigen Unterscheidung mit einer eigenen farblichen Codierung versehen sind:

Die Idee hinter dieser Farbcodierung basiert auf einer homogen wirkenden Teilauswahl an Farben aus dem gesamten Farbkreis. Das bedeutet, dass die Töne von ihren Helligkeits- und Sättigungswerten so gewählt sind, dass kein Thema besonders hervor sticht und andere Bereiche optisch dominiert. So wird ein gleichberechtigter Auftritt aller Themen gewährleistet

Das Farbspektrum der Magazinthemen liegt deshalb im Bereich der gedeckten Farbtöne – der Mischtöne. Primärfarben sind aufgrund ihrer Reinheit und stärkeren Leuchtkraft als Themenfarben ungeeignet.

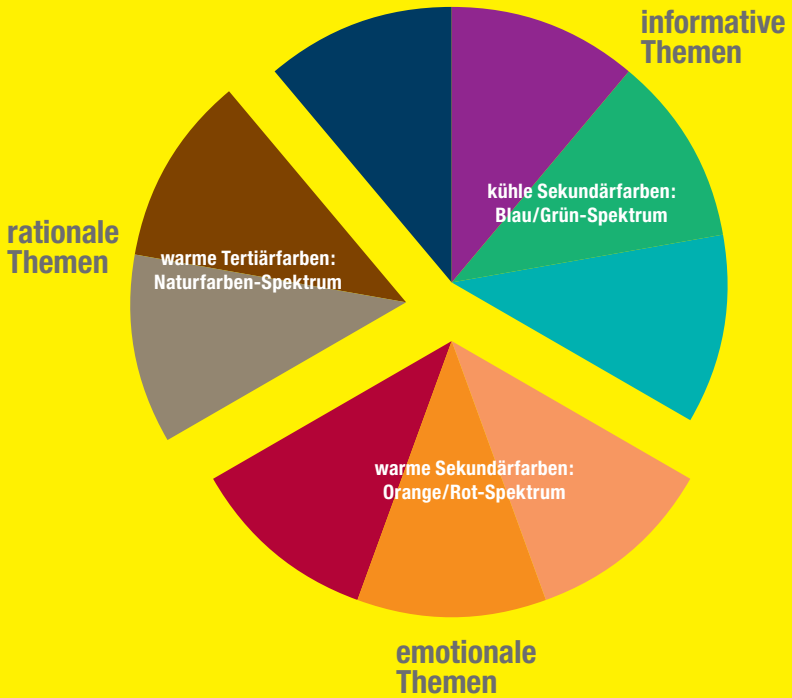
1 Grundsätzlich lässt sich die Farbcodierung in drei Kategorien einteilen, die aufgrund der Farbpsychologie beim Betrachter bestimmte Emotionen und damit Assoziationen hervorrufen. Diese werden automatisch mit dem jeweiligen Bereich verknüpft – bewusst oder unbewusst.

Damit unterstützt die farbige Codierung zusätzlich den Inhalt des Themenbereiches und stimmt den Leser wie eine gut gesetzte Raumbeleuchtung auf das Themengebiet optimal ein.

2 Um in allen Medien ein konstantes farbliches Auftreten sicher zu stellen, sind die oben genannten Farbcodes für die Haupt-Farbräume „Printerzeugnisse“ und „Screen-Darstellungen“ und innerhalb dieser wiederum für bestimmte Anforderungen optimiert worden.

Wichtig ist, dass innerhalb einer Publikation immer nur Farben aus einem dieser in sich geschlossenen Farbräume Verwendung finden. Es dürfen keine Farbräume miteinander vermischt werden.

1 Gliederung des Themen-Farbspektrums



2 Farbwerte für Printerzeugnisse

c:100/m:38/y:0/k:64
Auto & Tuning
PANTONE 2965 C

c:80/m:0/y:75/k:0
Bauen & Wohnen
PANTONE 7482 C

c:87/m:0/y:38/k:0
Bildung & Beruf
PANTONE 326 C

c:50/m:100/y:0/k:0
Bürgerservice
PANTONE 254 C

c:0/m:49/y:66/k:0
Familie
PANTONE 1645 C

c:0/m:57/y:100/k:59
gesund leben
PANTONE 168 C

c:0/m:100/y:63/k:29
Kultur erleben
PANTONE 201 C

c:0/m:10/y:27/k:50
Recht
PANTONE 7531 C

c:0/m:57/y:100/k:0
Rund ums Tier
PANTONE Orange 021 C

2 Farbwerte für Screen-Darstellungen

r:0/g:58/b:98
Auto & Tuning

r:0/g:165/b:99
Bauen & Wohnen

r:0/g:164/b:167
Bildung & Beruf

r:147/g:17/b:126
Bürgerservice

r:243/g:154/b:93
Familie

r:129/g:74/b:9
gesund leben

r:177/g:0/b:52
Kultur erleben

r:155/g:144/b:124
Recht

r:241/g:142/b:0
Rund ums Tier

Rastertabelle der dunklen Themenfarben

1

100 %	80 %	70 %	60 %	50 %	40 %	35 %	30 %	25 %	20 %	15 %	10 %
100 %	80 %	70 %	60 %	50 %	40 %	35 %	30 %	25 %	20 %	15 %	10 %
100 %	80 %	70 %	60 %	50 %	40 %	35 %	30 %	25 %	20 %	15 %	10 %
100 %	80 %	70 %	60 %	50 %	40 %	35 %	30 %	25 %	20 %	15 %	10 %

Aufmerksamkeit und Betonung

Rastertabelle der hellen Themenfarben

1

100 %	80 %	70 %	60 %	50 %	40 %	35 %	30 %	25 %	20 %
100 %	80 %	70 %	60 %	50 %	40 %	35 %	30 %	25 %	20 %
100 %	80 %	70 %	60 %	50 %	40 %	35 %	30 %	25 %	20 %
100 %	80 %	70 %	60 %	50 %	40 %	35 %	30 %	25 %	20 %
100 %	80 %	70 %	60 %	50 %	40 %	35 %	30 %	25 %	20 %

Rastertonabstände der Themenfarben

2

60 % minus 40 %

Tonwert-Differenz:
mind. 20 Prozentpunkte

50 % minus 30 %

Farben als grafisches Gestaltungselement

Die RegioNah-Themenfarben können aufgerastert und somit als flächige Hinterleger für Diagramme, Illustrationen oder Schaubilder vielfältig genutzt werden.

1 Ein minimaler Rasterwert bei den dunkleren Tönen von 10 % bzw. bei den helleren von 20 % darf nicht unterschritten werden – unterhalb dieser Werte ginge jegliche grafische Wirkung mangels Kontrast verloren.

Das Gleiche gilt für die erste Rasterstufe, die einen Wert von 80 % nicht überschreiten sollte, da sonst der Unterschied zur Vollfarbe (100 %) gerade auf dem eher durchschlagenden Papier der Gelben Seiten zu gering ausfällt.

Ab 40 % können die Stufungen in 5 %-Schritten erfolgen, um so ein größeres Spektrum an Tonigkeiten zu gewährleisten. Der Gestalter muss jedoch im Vorfeld sicher stellen, ob die jeweilige Farbe noch einen eigenständigen, unterscheidbaren Farbton auf dem Originalbedruckstoff darstellt.

2 Bei benachbarten (direkt aufeinander folgenden) Farbflächen muss jedoch eine minimale prozentuale Differenz von mind. 20 %-Punkten vorhanden sein, damit sich die einzelnen Flächen optisch noch deutlich genug voneinander abgrenzen lassen.

Schrift, die auf auf Farbflächen steht, muss dem Rasterwert des Untergrundes in ihrer eigenen Farbigkeit angepasst verwendet werden:
Grundsätzlich weiß (negativ), wenn Untergrund:
- **im Bereich 100 %–50 % Deckung bei dunklen und hellen Farbtönen**

Schwarz oder dunkelfarbig, wenn Untergrund:
- **unterhalb von 20 % Deckung bei dunklen Farbtönen oder**
- **unterhalb von 35 % Deckung bei hellen Farbtönen**

Grundsätzliche Typografie

Swiss = Neue + Helvetica

Zum Einsatz innerhalb des RegioNah-Magazins kommt ausschließlich die **Swiss Condensed**. Diese wiederum ist eine Adaption der Firma CorelDRAW der **„Neuen Helvetica“** , die aus lizenzrechtlichen Gründen leicht modifiziert und umbenannt wurde:

Die **Neue Helvetica** hat ihren Ursprung im Jahre 1957 und hieß damals noch **„Neue Haas-Grotesk“**: Der Grafiker Max Miedinger (1910–1980) schuf sie auf Basis der Akzidenz-Grotesk von Berthold und der Normal Grotesk aus dem Hause der Haas Schriftgießerei. Ab 1960 wurden die ersten Linotype-Satzmaschinen mit der Neuen Haas-Grotesk bestückt.

Im Zuge dessen wurde der Name in **„Helvetia“** geändert. Leider doppelte sich dieser Name mit einer Versicherung und einer Nähmaschinenfabrik. Deshalb entwickelte man den Namen **„Helvetica“ (die „Schweizerische“ oder „die Schweizerin“)**. So benannt kam sie 1960 auch international in den Handel.

1983 entwarf die D. Stempel AG für die Linotype AG die Schriftfamilie **Neue Helvetica**: Es entstanden dafür 51 Schriftschnitte, die komplett neu aufeinander abgestimmt, gezeichnet und digitalisiert wurden. Die Neue Helvetica wirkt schlicht und sachlich und ist sehr gut zu lesen. Ihre Anmutung ist „zeitlos“ modern. Deshalb prägt sie als Hausschrift das Gesicht vieler namenhafter Untermnehmen: Unter anderem wird sie mit dem Betriebssystem Mac OS X von Apple ausgeliefert. Eine sehr ähnliche Schrift (Arial von Monotype) wird mit den verschiedenen Versionen des Betriebssystemes Windows von Microsoft ausgeliefert.

Im Jahr 2007 wurde das 50-jährige Bestehen der Schrift gefeiert und unter anderem durch den Dokumentarfilm „Helvetica“ von Gary Hustwit gewürdigt. Darüber hinaus widmete das New Yorker Museum of Modern Art der Schrift eine Ausstellung, und es erschien ein Buch über ihre Entstehungsgeschichte.

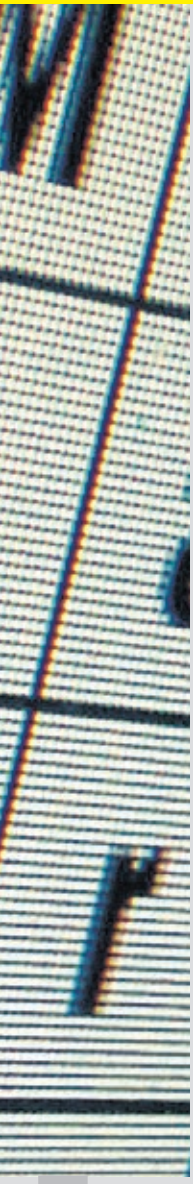
Auch in den neuen Medien spielt die Helvetica (bzw. Arial) ebenfalls eine große Rolle, da ihre Lesbarkeit auch am Bildschirm ausgesprochen gut ist und sie, wie oben beschrieben, in den gängigen Betriebssystemen bereits integriert ist.

Massen- und Fließtext werden in der Swiss Condensed Halbfett gesetzt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!?@#$%^
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Headlines und Zwischenüberschriften, sowie Auszeichnungen innerhalb des Fließtextes werden in der Swiss Condensed Bold gesetzt.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!?@#$%^
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ



abcdefghijklm

opqrstuvwxyz

1234567890

! ? @ # $ % ^ ( ) ½ ¾ ™ ® × Æ

¾™®×Æ

ABCDEFGHI

JKLMNOPQ

STUVWXYZ

Bildwelten & -optiken

Alt Bekanntes neu gesehen

Das Bildverständnis für das RegioNah-Magazin wird mit der Grundidee: „Alt Bekanntes neu gesehen“ charakterisiert. Dabei finden Bilder Verwendung, die alltägliche Motive durch neue Perspektiven und vor allem ungewöhnliche Bildaus- und anschnitte zu echten Hinguckern machen. Besonders das Kippen des Bildhorizontes aus der gewohnten Horizontalen erzeugt Dynamik und leitet das Auge entsprechend in den Seiteninhalt.

Ziel ist es, dem hohen gestalterischen Anspruch des Magazins gerecht zu werden und dies durch eine nicht alltägliche Bildauswahl zu unterstreichen. Grundsätzlich gibt es zwei Arten von Bildern:

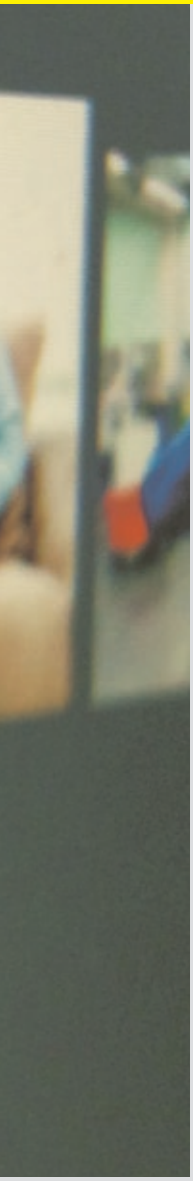
1. **Themen-Opener:** Bilder, die das jeweilige Thema innerhalb des Magazins einleiten. Sie bilden einen typischen Augenblick des jeweiligen Themenbereichs ab. Bleiben dabei jedoch in der konkreten Motivauswahl ungewöhnlich und unerwartet: Jeder weiß zwar sofort worum es geht, ohne dass das Motiv alltäglich wirkt. Wichtig ist dabei, dass die Motive einen gewissen „Freiraum in der Bildkomposition“ bieten, um das Inhaltsverzeichnis im Layout entsprechend platzieren zu können.

2. **Editorial-Bilder:** Diese Motive illustrieren die Inhalte des jeweiligen Themenbereiches, indem sie zentrale Themen mit einem leichten Augenzwinkern bebildern. Wichtig ist dabei, dass extrem konstruierte oder zentrale Perspektiven vermieden werden, um so alltägliche Objekte neu zu sehen. Zudem können die Bilder mit kontrastierender Tiefenschärfe spielen, um nur einzelne Bildelemente zu betonen.

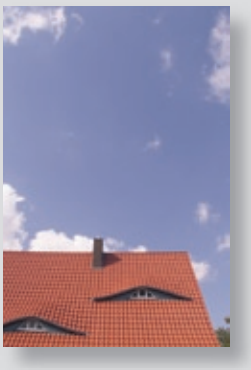
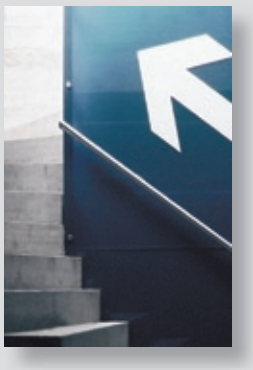
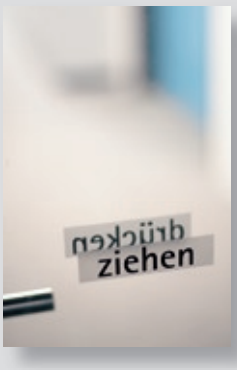
Die daraus resultierende Bildauffassung bringt gleich mehrere Vorteile mit sich:

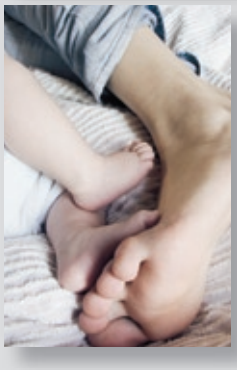
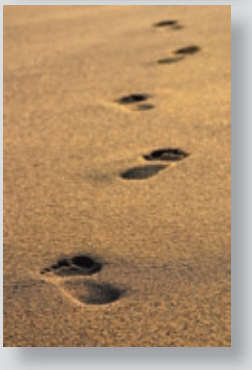
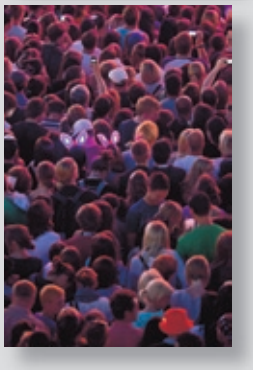
- **Bewegung wird in den Bildern festgehalten, die Dynamik wird gesteigert.**
- **Gerade durch die Abgrenzung von den üblichen „Gelbe Seite-Bildern“ zeigt diese Bildauffassung deutlich, dass hier etwas Neues und Frisches präsentiert wird.**
- **Das Auge schaut generell erst einmal auf die scharfen Gegenstände im Bild, die dadurch als wichtig wahr genommen werden. Somit können die visuelle Wahrnehmung gezielt gesteuert und Akzente gesetzt werden.**
- **Dieses Bildkonzept hilft, selbst bei Verwendung von eher standardisiertem Stockmaterial immer die richtige aufmerksamkeitsstarke Auswahl zu treffen. Durch das Definieren einer zentralen inhaltlichen Klammer wirkt die Bilderwelt nie zusammen gesucht. Und es verhilft selbst Standardmaterial zu einer Qualität in der Optik, die „wie aus einem Guss“ und individuell wirkt.**

Auch externe Bildmaterial-Zulieferer bekommen somit ein aussagekräftiges Briefing an die Hand, um den eigenen Bildfundus dahin gehend zu bewerten und eine entsprechende Vorauswahl zu treffen.



1

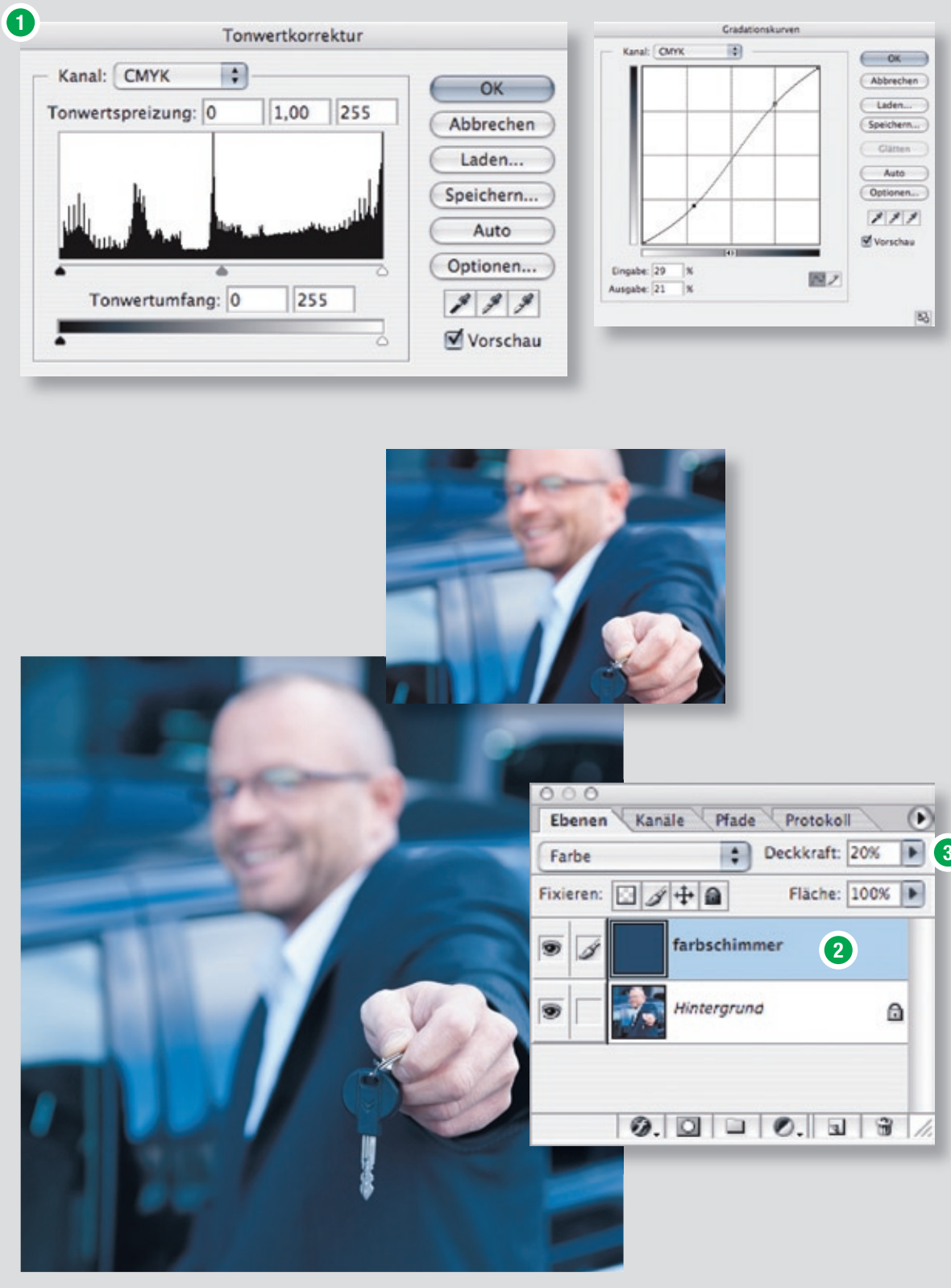
Themen-Opener fungieren als echte „Eye-Catcher“. Charakteristisch sind frische unverbrauchte Motive, die die Themenwelten auf einen Blick wider spiegeln.

Die Motive selbst spielen mit dem Thema „Raum“ in ihrer Bildkomposition, indem die zentralen Bildelemente leicht aus der zentralen, gewohnten Perspektive verschoben sind.

2

Editorial-Bilder spielen mit der Lebendigkeit innerhalb iherer Bildkomposition. Bildkippungen, ungewöhnliche An- und Ausschnitte schaffen Aufmerksamkeit.

Ungewöhnliche Perspektiven brechen alte Sehgewohnheiten auf und lassen z.B. alt bekannte Tätigkeiten und Motive neuartig und damit interessant wirken.


1
Tonwertkorrektur
Kanal: CMYK
Tonwertspreizung: 0 1,00 255
Tonwertumfang: 0 255
OK
Abbrechen
Laden...
Speichern...
Auto
Optionen...
Vorschau
Gradationskurven
Kanal: CMYK
Eingabe: 29 %
Ausgabe: 21 %
OK
Abbrechen
Laden...
Speichern...
Glätten
Auto
Optionen...
Vorschau
Ebenen
Kanäle
Pfade
Protokoll
Farbe
Deckkraft: 20%
3
Fixieren:
Fläche: 100%
farbschimmer
2
Hintergrund

In die Farbwelt „eintauchen“

Die Bebilderung der einzelnen REGIONah-Themen greift zu großen Teilen auf Archiv- und Stockmaterial zurück, welches in seiner Entstehungsphase nicht darauf ausgerichete war, in Kombination mit den übrigen Motiven auf einer Doppelseite zu stehen.

Die Herausforderung besteht nun darin, die Bilder dem Themenbereich optisch eindeutig zugehörig und harmonisch zusammen passend zu gestalten.

Die Einzelbilder werden durch eine tonige Einfärbung in der jeweiligen Themenfarbe ihrem Bereich entsprechend aufbereitet. Dies erfolgt in folgenden Schritten:

1 **Alle Bildmotive sind zu Beginn in den CMYK-Modus umzuwandeln. Dabei muss auf eine ausgeglichene Tonwertverteilung innerhalb des Bildes geachtet werden.**

Anschließend ist der Kontrast jedes Bildes (vom Motiv abhängig) leicht zu erhöhen, indem die Gradationskurve in einer entsprechenden „S“-Form verändert wird. Somit gewinnt das Bild mehr Tiefe und helle Lichter. Die Mitteltöne werden leicht beschnitten. Es ist darauf zu auchten, dass die mittleren Werte (um die 50%) auf ihren Ursprungswerten erhalten bleiben.

Nachdem das Bild so vorbereitet ist, erfolgt das farbliche Anpassen über das Einfügen einer weiteren Bildebene über der eigentlichen Bildebene.

2 **Die zusätzliche Ebene wird vollflächig mit der jeweiligen Bereichsfarbe als Vollton gefüllt. Anschließen wird der Ebenenmodus auf den Mischmodus „Farbe“ eingestellt, um eine farbliche Überlagerung mit der Themenfarbe zu erreichen.**

3 **Abschließend ist ein Deckkraftwert dieser Farbebene im Bereich von 20–30% zu wählen. Der Wert muss nach Augenmaß festgelegt werden, da sich die jeweilige Themenfarbe entsprechend ihres Farbtones und ihrer farblichen Deckkraft beim Bildmotiv mehr oder weniger stark bemerkbar macht.**

Anzustreben ist ein optischer Gesamteindruck, der eine leichte farbliche Veränderung des Motivs hin zur Themenfarbe bemerken lässt, ohne künstlich zu wirken. Empfehlenswert ist:
- **für dunkle Themenfarben Deckkräfte von 20-25%,**
- **für hellere hingegen von 25–30% zu wählen.**

Raster & Ebenen

Schnelles Editieren und Erfassen

1 Um ein schnelles, einfaches und vor allem fehlerfreies Editieren der Vorlagen auch für unterschiedliche Bearbeiter sicher zu stellen, sind alle Layoutelemente der Seiten auf selbsterklärenden Ebenen angelegt worden. Dieses Ordnungssystem sollte soweit es geht beibehalten werden, um eine einheitliche und nachvollziehbare Layoutstruktur auch für zukünftige Gestalter zu erhalten. Deshalb wird im Folgenden – beginnend mit der untersten Ebene – kurz erläutert, welche Elemente sich auf den entsprechenden Ebenen befinden sollten:

Ebene „hintergrundflaechen“:
Hier finden sich die farblich gestuften Flächen, die jede Magazinseite in einen großen Hauptbereich aus 100% reinem Gelb und einem schmaleren Marginalbereich aus 40% reinem Gelb als Hinterleger teilen. Die Flächenelemente sind Bestandteile der Musterseiten.

Ebene „infoboxen hinterleger“:
Hier finden sich sämtliche rubrikenfarbigen Boxen, die spezielle Inhalte oder Überschriften als farbig gerasterte Hintergründe hervorheben bzw. betonen.

Ebene „bilder“:
Hier findet sich sämtliches pixelbasiertes Bildmaterial, das auf einer Seite innerhalb des Layouts auftaucht.

Ebene „text“:
Hier finden sich alle Überschrifts-, Fließ- und Infotexte einer Seite, die entsprechend der Layoutspalten angeordnet sind.

Ebene „graf elemente“:
Hier finden sich rein grafische, vektorbasierte Elemente des Seitenlayouts. Dazu gehören z. B. auch der Rubrikenbalken mit entsprechender Typo am oberen Seitenrand. Dieser Erkennungsbalken ist Bestandteil der Musterseiten. Zusätzlich finden sich hier alle Icons, Diagramme oder Tabellen, die Inhalte zusätzlich grafisch aufwerten oder illustrieren.

Ebene „seitenzahlen“:
Hier finden sich am unteren Seitenrand die fortlaufenden Seitennummerierungen. Diese sind ebenfalls Bestandteile der Musterseiten.

Ebene „dummyanzeigen“:
Hier finden sich (als rein graue Platzhalter dargestellt) die späteren Werbeanzeigen der Kunden. Im Gegensatz zum reinen Text- und Bildmaterial dürfen diese Anzeigen nur auf der heller gelben, äußeren Marginalspalte stehen.

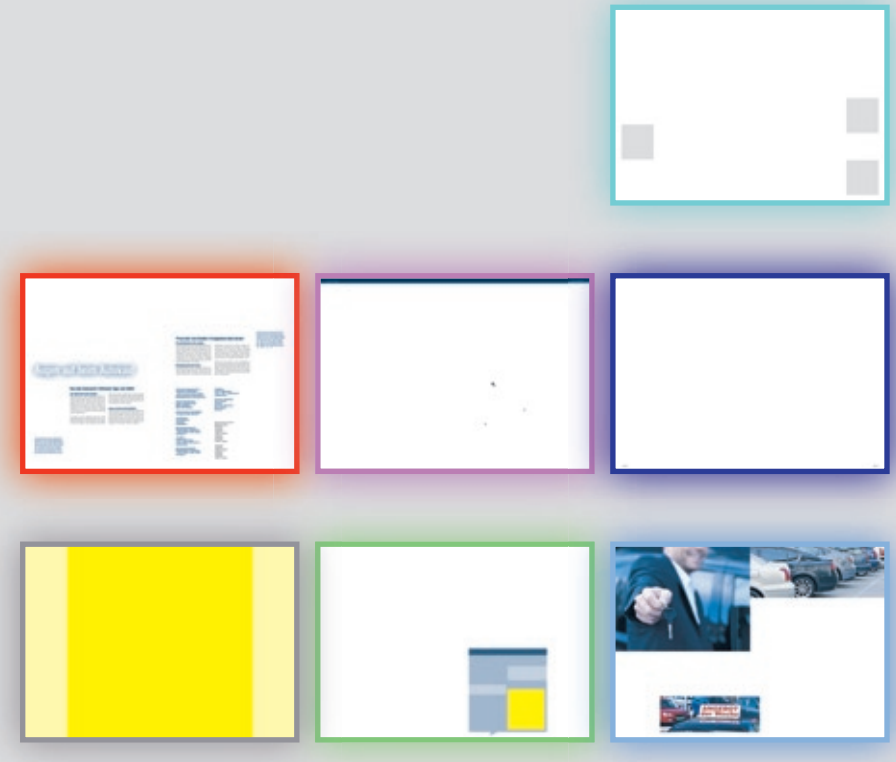
2 Neben einem einfachen und zielgerichteten Editieren des Magazin-Layouts soll selbstverständlich auch der Leser alle Informationen schnell finden können und übersichtlich präsentiert bekommen.

Jede Seite ist grundsätzlich wie folgt durch ein unsichtbares Raster aufgeteilt:
- jeweils **10 mm Abstand zum Seitenrand** von: **oben, unten und außen**
- **25 mm Abstand vom Bund aus gemessen.** Damit stellen wir sicher, dass selbst bei einer großen Seitenanzahl und der Gelbe Seiten typischen Bindung, relevante Inhalte nicht im Bund „verschwinden“.

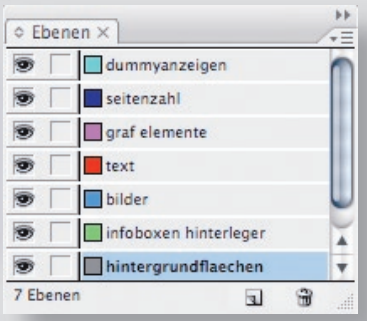
Der dadurch entstehende Raum, der das eigentliche Seitenlayout aufnimmt, hat die folgenden Dimensionen:
- **175 mm Breite und 277 mm Höhe** (auf die Standard-A4-Seite bezogen)

Der so dimensionierte Raum ist gleichmäßig in **sechs gleich große Spalten** unterteilt:
- **Jede Spalte ist 25 mm breit**. **Zwischen den einzelnen Spalten ist jeweils ein Abstand von 5 mm einzuhalten.**

Damit der Leser eine visuelle klare Gliederung der Inhalte beim Lesen vorfindet, werden die sechs Layoutspalten nochmals in zwei funktionale Bereiche gegliedert:
- **Die äußeren (vom Bund weg) zwei Spalten einer Seite fungieren als Marignalspalte und enthalten hauptsächlich die vom Kunden gebuchten Anzeigen.** Durch diese eigene „Anzeigenspalte“ können die Werbebotschaften passgenau zum Text präsentiert werden.
  Unter Umständen kann diese Marginalspalte auch redundante artikelbezogene Informationen (Zusatzbilder und Texte, weiterführende Quellenverweise oder Diagramme o.ä.) präsentieren. Es muss jedoch sicher gestellt sein, dass diese Zusatzinformationen niemals den Werberaum in seiner Wirkung reduzieren.
- **Die inneren vier Spalten (zum Bund hin) einer Seite bieten Platz, das gesamte Magazin-Layout aufzunehmen.** Dabei ist darauf zu achten, dass der Fließteaxt zweispaltig gesetzt wird. Bilder und Überschriften können zwei-, drei- oder vierspaltig gesetzt werden.
- **Zusätzlich zur vertikalen Spalteneinteilung ist jede Seite in fünf gleichgroße (55,4 mm), horizontale Bereiche aufgeteilt.** Diese Teilung hilft, vertikale Bild- oder Grafikgrößen entsprechend zu dimensionieren.



1

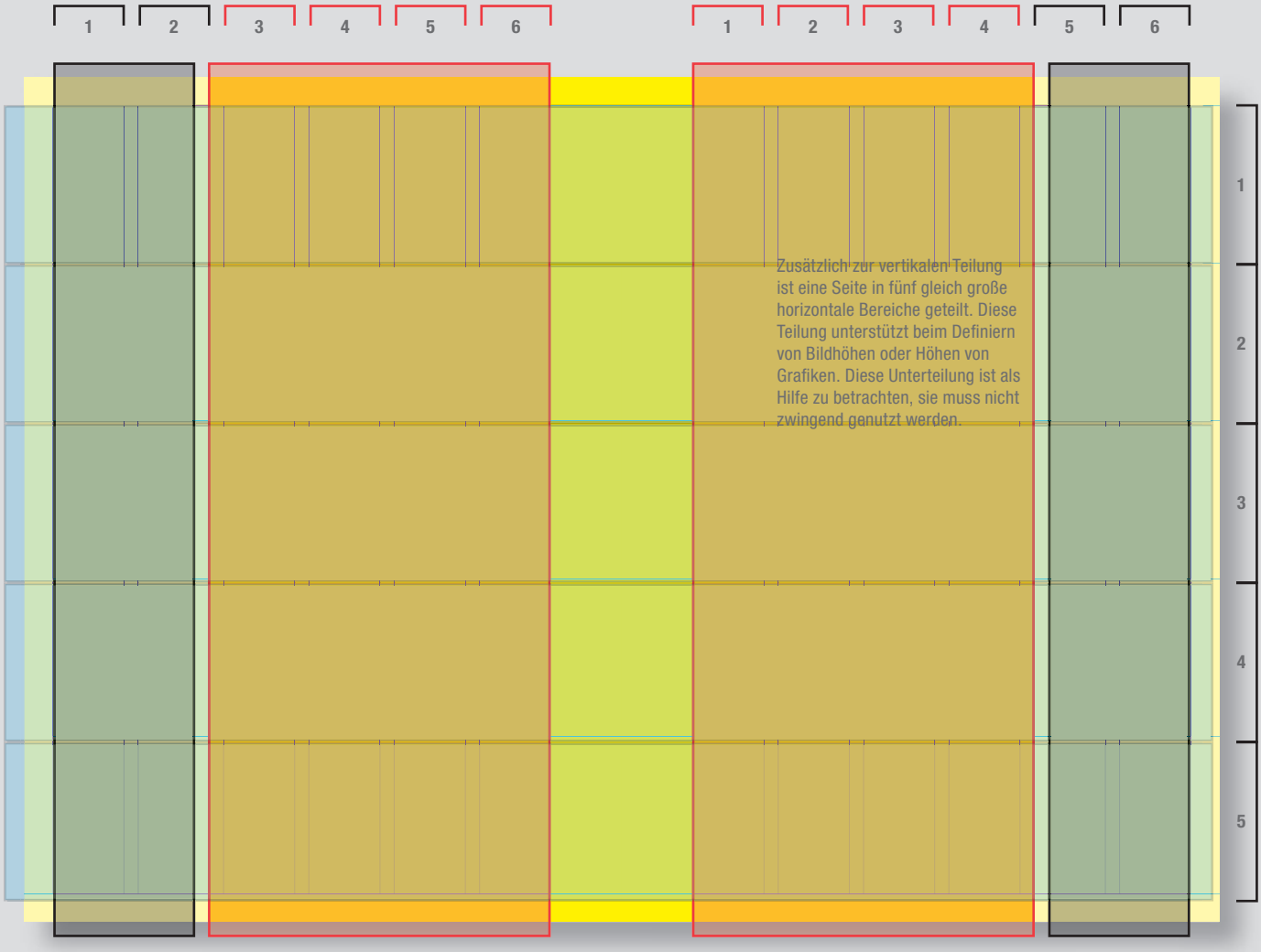


Alle Elemente sind auf eindeutig benannten Ebenen verteilt. Jede dieser Ebenen hat zusätzlich noch eine eigene Farbe. Zur besseren Übersicht ist hier eine exemplarische Doppelseite entsprechend ihrer Elemente gesplittet worden. Die farbigen Rahmen entsprechen den jeweiligen Farbcodes der Ebenen.

Die äußeren zwei Spalten fungieren als Werbeanzeigen- und Marginalspalte.

Die innern vier Spalten nehmen das eigentliche Seitenlayout auf. Text läuft zweispaltig, Bilder- und Überschriften können bis max. vierspaltig variieren.

2



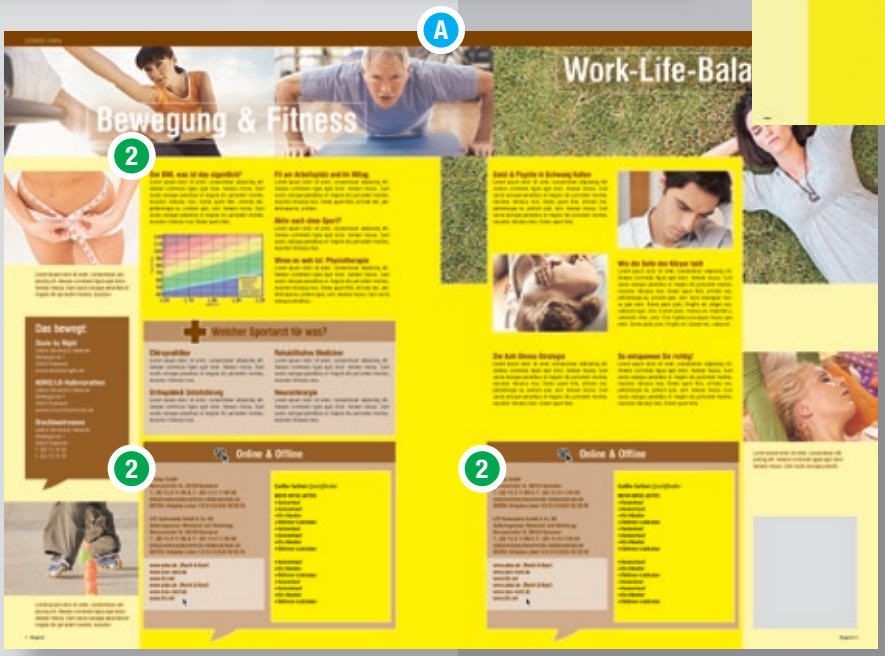
Zusätzlich zur vertikalen Teilung ist eine Seite in fünf gleich große horizontale Bereiche geteilt. Diese Teilung unterstützt beim Definiern von Bildhöhen oder Höhen von Grafiken. Diese Unterteilung ist als Hilfe zu betrachten, sie muss nicht zwingend genutzt werden.

1
Hier steht, was ich suche
Inhalt

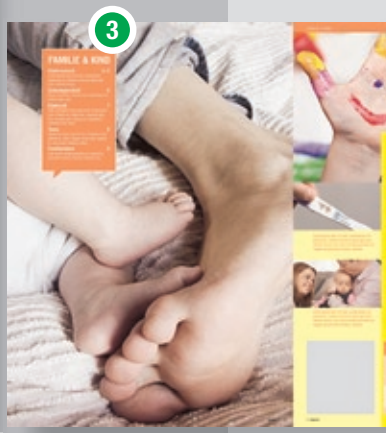
1
AUTO & TUNING

Seiten
[Ohne]
A-Mustervorlage
A
1 Mustervorlage

A


A
Bewegung & Fitness
Work-Life-Bala
2
2
2
Online & Offline
Online & Offline

A
Schulbildung & -abgang
Studieren
2
2
2
2
Online & Offline
Online & Offline


3
FAMILIE & KIND

Grundsätzliches zum Seitenaufbau

Prinzipiell besteht das Layout des RegioNah-Magazins aus drei Seitentypen:

- **der Inhaltsverzeichnis-Seite**
- **der Themen-Opener-Seite**
- **der eigentlichen Inhalts-(Doppel)Seite**

1 **Dabei sind die Inhaltsverzeichnis- und Themen-Opener-Seite frei gestaltete**, fast plakative Seiten, deren Layoutaufbau sich ganz nach dem entsprechenden Inhalt bzw. dem hintergründigen, seitenfüllenden Hauptmotiv richtet.

Aus diesem Grund gibt es für die Inhaltsverzeichnis- und Opener-Seite keine „starr" festgelegte Musterseite, da diese sich ihrem jeweiligen Inhalt bzw. dem dominierenden Bildmotiv entsprechend frei verändern können. Dabei ist jedoch das o.g. Raster für die horizonale oder vertikale Platzierung der Elemente einzuhalten. Die Inhalte der einzelnen Seiten können ansonsten durch das Erzeugen eines Seitenduplikats auf neue Themen und Inhalte übertragen werden.

A Alle eigentlichen Inhaltsseiten haben eine entsprechend vorbereitete Musterseite. Diese beinhaltet allerdings nur die wirklich grundlegenden grafischen Elemente:

- **gelb-gestufter Hintergrund**
- **farbiger Rubrikentrenner mit Text und Balken an der oberen Seitenkante**
- **die entsprechende Vorgabe für die fortlaufenden Seitenzahlen am unteren Seitenende**

Grundsätzlich ist beim Gestalten der Inhaltsseiten darauf zu achten, dass die Seiten **nicht zu statisch wirken**, sondern durch Bildeinklinker, erläuternde Grafiken oder Infokästen „Eyecatcher" geschaffen werden.

2 Von grundlegender Bedeutung ist der Einsatz des „Sprechblasensymbols" für:

- **Die Themenheadlines, die zudem noch in einem seiten-oberen Bildmotiv stehen sollten.**
- **Alle Infokästen, die wirkliche Ratschläge und Tipps zum Thema enthalten, müssen mit der Sprechblasensymbolik ausgestattet sein.**

3 Damit sich ein gesamter Leitfaden durch das Magazinlayout zieht, darf das Gesamtlayout **nie nur als Zusammensetzung aus reinen Doppelseiten gesehen werden.** Die Doppelseiten sollten vielmehr aneinander gelegt ein durchlaufendes Layout ergeben: **Am Seitenrand angeschnittene Bildmotive müssen auf der nächsten folgenden Seite durch weiterführende Elemente in vertikaler Höhe ihren Anschluss finden.** Durch das o.g. vorgegebene Rasterkonstrukt werden die einzelnen Bildmotive auch nicht überraschend von Seite zu Seite variieren.

Ziel dieses übergreifenden Layoutkonzeptes:
Auf der vorherigen Seite angedeutete optische Linien tauchen auf der folgenden Seite als Einstiege wieder auf. Es entsteht ein zusammenhängendes und trotzdem visuell überraschendes Gesamtkonzept, ohne dabei beliebig zu wirken.

Stilvorlagen & Textsatz

Inhaltsseiten richtig formatieren

Die Inhalte der einzelnen Seiten sind von den Formatierungen der Textanteile bereits innerhalb der einzelnen Themendokumente vordefiniert. Damit nicht ein „wildes Schriftenchaos“ entsteht, müssen die vorhandenen Absatzformate zum Textsatz genutzt werden.

Im Folgenden werden die einzelnen Formatvorlagen kurz erläutert:

1. **01_headline: Auszeichnung aller Headlines innerhalb der Sprechblasen:**
   Swiss schmalhalbfett, 45pt groß, autom. Zeilenabstand, Spationierung 10pt

2. **02_vorlauftext: Auszeichnung aller einleitenden Inhaltstexte:**
   Swiss schmalhalbfett, 13pt groß, 16pt Zeilenabstand, Spationierung 0pt

3. **03_fliesstext hauptueberschriften: Auszeichnung Hauptüberschriften innerhalb des Fließtextextes:**
   Swiss schmalhalbfett, 15pt groß, 9pt Zeilenabstand, Spationierung 0pt, in Rubrikenfarbe

4. **04_fliesstext: Auszeichnung aller Fließtexte innerhalb der Seiten:**
   Swiss schmalnormal, 6,8pt groß, 9pt Zeilenabstand, Spationierung 0pt, rein Schwarz

5. **05_zwischenueberschriften: Zwischenüberschriften für den Fließtext jeder Seite:**
   Swiss schmalhalbfett, 10pt groß, 9pt Zeilenabstand, Spationierung 0pt, in Rubrikenfarbe

6. **06_bilderlaeuterung: Formatierung aller Bildunterschriften:**
   Swiss schmalnormal, 6,8pt groß, 9pt Zeilenabstand, Spationierung 0pt, in Rubrikenfarbe

7. **07_infobox fliesstext: Formatierung aller Texte in den Infoboxen:**
   Swiss schmalhalbfett, 6,8pt groß, 9pt Zeilenabstand, Spationierung 0pt, in Rubrikenfarbe

Damit sich ein harmonisches Satzbild ergibt, sind alle Textfomate außer der „Headline-Formatierung“ (01_headline) am Grundlinienraster ausgerichtet.

8. **Das Grundlinienraster selbst ist über die gesamte Seite definiert und startet am rechnerischen Nullpunkt derselben.**

Der Abstand der Grundlinien ist mit 1,58 mm definiert, die entspricht 4,5pt. Dies wiederum ist die Hälfte der Zeilenabstände der Texte, die am Raster ausgerichtet sind. Somit hat der Gestalter auch die Möglichkeit innerhalb der Doppelseiten „Halb-Abstände“ zu setzen.

Es muss jedoch darauf geachtet werden, dass die Texte einer Doppelseite in ihren Grundlinien ohne Versatz gegeneinander (d.h. ohne Halbschritte) ausgerichtet sind.

Der Textsatz soll insgesamt luftig und offen wirken. Assoziationen einer sogenannten „Bleiwüste“ dürfen dabei nicht aufkommen. Wie weiter oben beschrieben, muss mittels grafischer Elemente ein Ausgleich zum Fließtext geschaffen werden.

Augen auf beim Autokauf
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim?
Online & Offline
ANGEBOT der Woche

	[Kein Absatzformat]
1	01_headline
2	02_vorlauftext
3	03_fliesstext_hauptueberschriften
4	04_fliesstext
5	05_zwischenueberschrift_fliesstext
6	06_bilderlaeuterung
7	07_infobox_fliesstext

8

- [Kein Absatzformat]
- 01_headline
- 02_vorlauftext
- 03_fliesstext_hauptueberschriften
- 1 04_fliesstext
- 2 05_zwischenueberschrift_fliesstext
- 06_bilderlaeuterung
- 07_infobox_fliesstext

Die beiden hier dargestellten Seitentypen genießen innerhalb des Layout einen „Ausnahmestatuts“:

- Zum einen sind ihre Layouts stark vom Inhalt bzw. dem umgebendem Bildmaterial abhängig.
- Zum anderen werden sie innerhalb des Magazin bzw. Einzelthemas jeweils nur einmal durchlayoutet, deshalb würde eine Standadisierung mit vielen „Sonder-Stilvorlagen“ eher zu Verwirrung führen, anstatt das Arbeiten zu beschleunigen.

- [Kein Absatzformat]
- 3 03 Fliesstext schwarz
- 4 03 Inhalt Container Text weiss

Sonderseiten richtig formatieren

Im Gegensatz zu den vorher genannten Inhaltsseiten werden die Sonderseiten:

- **Themen-Opener-Seite**
- **Inhaltsverzeichnis**

mit modifizierten Stilvorlagen formatiert.

Die Themen-Opener-Seite

A **Ohne Stilvorlage:**
Headline der Inhalts-Sprechblase
Die Sprechblase fungiert als Textrahmen
Swiss schmalhalbfett, 20pt groß, 18pt Zeilenabstand, Spationierung 10pt,
alles in Versalien,
Grundlinienversatz: -15pt,
zentrierter Textsatz

1 **04_fliesstext: Auszeichnung aller Fließtexte innerhalb der Seiten:**
Swiss schmalnormal, 6,8pt groß, 9pt Zeilenabstand, Spationierung 0pt,
rein Weiß, Einzug links und rechts 5pt

2 **05_zwischenueberschriften: Zwischenüberschriften für den Fließtext der Sprechblase:**
Swiss schmalhalbfett, 10pt groß, **13,5pt Zeilenabstand**, Spationierung 0pt,
rein Weiß, Einzug links und rechts 5pt

Die Inhaltsverzeichnis-Seite

Dieser Seitentypus beinhaltet in seinem formalen Aufbau einige Ausnahmeregelungen innerhalb des bereits vorgestellten Formatierungsreglements. Da diese Seite jedoch ein „Einzeltyp" ist, lässt sich der Aufwand für die Anpassung der Formate per Hand rechtfertigen:

B **Ohne Stilvorlage:**
Headline des Inhaltsverzeichnisses
Die Sprechblase fungiert als Textrahmen
Swiss schmalhalbfett, 38pt groß, 23pt Zeilenabstand, Spationierung 10pt, rein Schwarz
zentrierter Textsatz

C **Ohne Stilvorlage:**
Headline Seite: „Inhalt"
Swiss schmalhalbfett, 76pt groß, aurtom. Zeilenabstand, Spationierung 10pt,
40% Gelb

Die Inhalts-Infobox-Container liegen als Gesamtes auf der Ebene „graf elemente". Dort ist auch der editierbare Text zu finden.

D **Ohne Stilvorlage:**
Die Seitenzahl:
Swiss schmalhalbfett, 50pt groß, immer einzeilig, **Spationierung -10pt,**
Einzug rechts 6pt,
50% der jeweiligen Rubrikenfarbe
Der Themenname (um 90° gekippt):
Swiss schmalhalbfett, 12pt groß,
12pt Zeilenabstand, Spationierung -30pt,
zentrierter Satz
50% der jeweiligen Rubrikenfarbe

3 **03 Fliesstext schwarz: Auszeichnung des Vorlauf-/Begrüßungstextes der Seite:**
Swiss schmalnormal, 6,8pt groß, 9pt Zeilenabstand, Spationierung 0pt, rein Schwarz

4 **03 Inhalt Containertext weiss: Auszeichnung aller Infocontainer-Texte:**
Swiss schmalhalbfett, 10pt groß, 13,5pt Zeilenabstand, Spationierung 10pt, rein Weiß,
Einzug links 3pt

Iconografie & Effekte

Weniger ist mehr

1 Das RegioNah-Magazin lebt durch seine ungewöhnliche Bilderwelt und -optik. Zusätzlich geben farbige Flächen Orientierung und teilen bzw. trennen Inhalte elegant und schlicht voneinander.

Um dem Leser einen zusätzlichen Eyecatcher zu bieten, mit dem immer wiederkehrende, wichtige Daten und Fakten kenntlich gemacht werden, arbeitet das Layout des magazins mit Icons. Diese sind formal alle gleich aufgebaut:

- **Sie sind rein zweidimensional, also flächig angelegt. 3D-Effekte. komplexe Lichtrefexionen o.ä. tauchen nicht auf.**
- **Sie arbeiten mit schlichten Grundformen und erklären sich selbst, so dass typografische Unterzeilen zum Verstehen der Icons nicht zwangläufig benötigt werden.**
- **Sie müssen in einer rein einfarbigen Optik funktionieren. Das bedeutet, dass sie mit einer Farbe positiv (in schwarz) oder negativ (in weiß) umsetzbar sind.**
- **Ihre Grundform ist weitgehend quadratisch. Sie sind kompakt und können somit wie ein Buchstabe in einen Fließ- oder Überschriftentext integriert werden.**
- **Sie erhalten ihre hohe Abstraktion und Aussagekraft durch das Verwendung allgemein gültigen Metaphern:**
  Curser für Link, Sprechblase für Gespräch, Telefon für Kontakt usw.

Beim Einsatz der Icons im Layout können diese zur besseren Kenntlichmachung mit einer dünnen weißen Umrahmung konturiert werden.

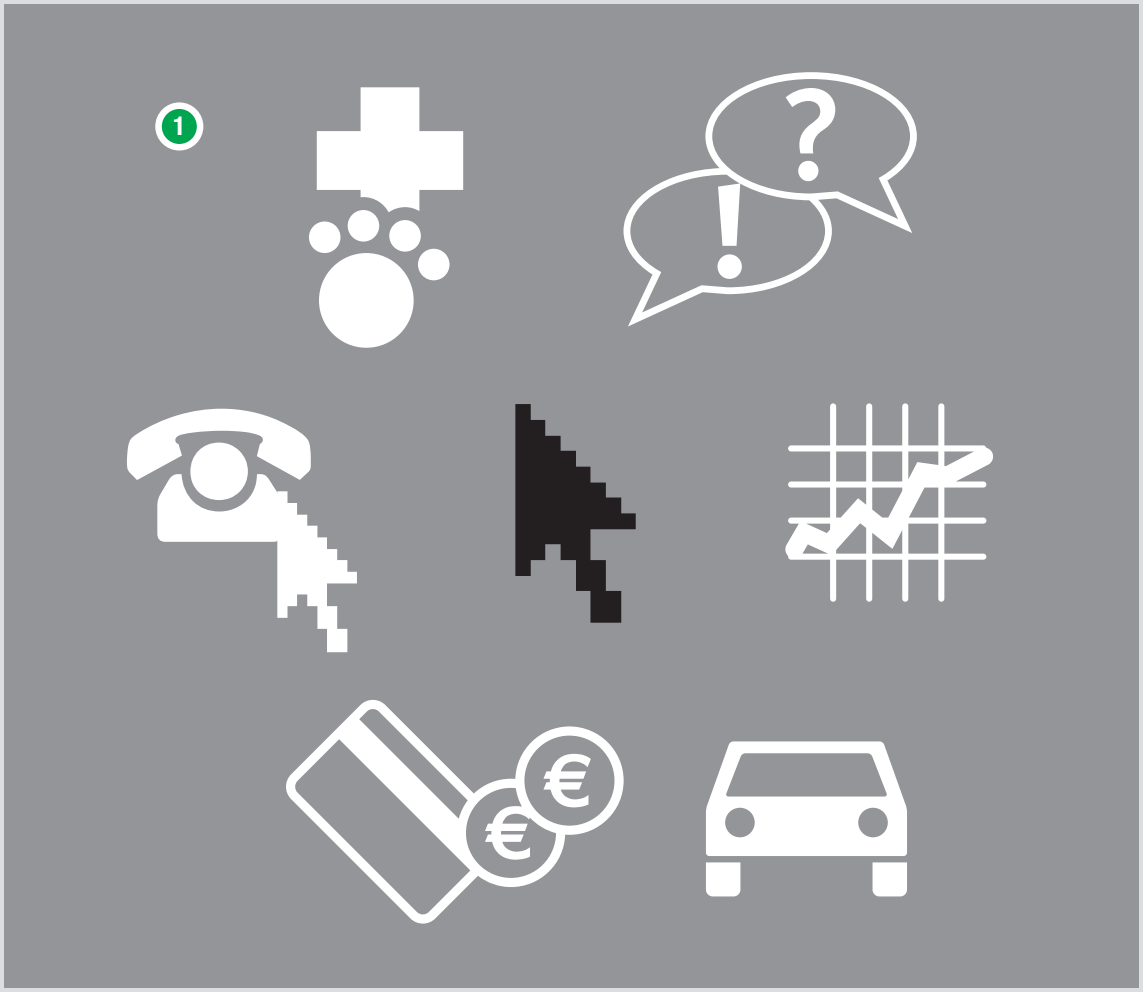
2 Elektronische Bild- oder Grafikeffekte kommen im Layout des Magazins nicht vor. Da diese nur von der eigentlichen flächigen Gestaltung ablenken und allzu häufig zum Selbstzweck werden.

Eine einzige Ausnahme für die Anwendung von Effekten sind die Themenheadlines innerhalb der Outline-Sprechblasen. Da diese direkt auf den einführenden „Teaser-Bildern“ der Artikel liegen, kann es vorkommen, dass sie nicht optimal gelesen werden können.

Sollte so ein Fall auftreten, darf der Textrahmen mit einem Schlagschatteneffekt versehen werden. Dabei ist der Effekt mit folgenden Werten anzuwenden:

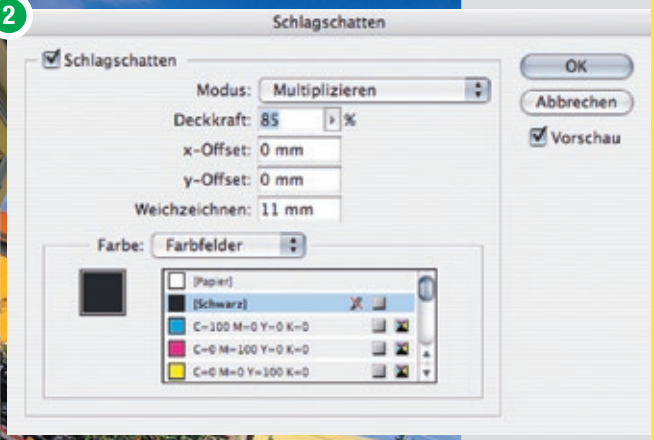
- **Modus: Multiplizieren –** um eine Abdunklung gegenüber dem unterliegenden Motiv zu erreichen.
- **Deckkraft um die 85% –** damit der Effekt nur subtil und auf den zweiten Blick sichtbar wird. Dies ist mit dem jeweiligen hinterlegten Motiv abzugleichen.
- **x- und y-Offset (Versatz) auf 0 –** es soll dadurch keine schwebende Typografie entstehen, sondern vielmehr ein abdunkelnder diffuser Schimmer um die Buchstaben der Headline.
- **Weichzeichnen: um die 10–15mm** – dies ist ebenfalls vom hinterlegten Motiv abhängig. Ziel ist es hierbau auch, einen subtilen Effekt zu erreichen, der sich optisch nicht in den Vordergrund drängt.
- **Farbe: Schwarz –** Schwarz bietet sich bei sehr kontrastreichen Hintergründen an, um eine wirkliche Abschattung/Verwischung zu erreichen. Noch besser ist das Herausnehmen eines entsprechend dunklen Farbtones aus dem Bildmotiv. Damit wird der dunkle Schriftschimmer optimal ins Motiv integriert.

1



Schimmer

2


Schlagschatten
Schlagschatten
Modus: Multiplizieren
Deckkraft: 85 %
x-Offset: 0 mm
y-Offset: 0 mm
Weichzeichnen: 11 mm
Farbe: Farbfelder
OK
Abbrechen
Vorschau

Impressum

Herausgeber:
Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Hans-Böckler-Allee 7
30173 Hannover

Konzeption/Gestaltung/Text:
caliber53.5 strategie | design | kommunikation
Pickhuben 6
20457 Hamburg